

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan pendekatan penelitian

Jenis dalam penelitian yang akan dilakukan peneliti adalah penelitian lapangan dan penelitian kepustakaan. Penelitian lapangan dilakukan dengan cara pengamatan langsung kepada para pedagang di pasar Rejowinangun Magelang dengan cara survey dan wawancara langsung, kemudian peneliti menyebar angket kepada para pedagang tersebut untuk memperoleh data primer. Pendekatan dalam penelitian ini menggunakan metode kuantitatif yang dapat diartikan sebagai metode penelitian dengan filsafat *positivisme* yaitu digunakan untuk meneliti sampel atau populasi tertentu, teknik pengambilan sampel biasanya dilakukan secara random, pengumpulan datanya menggunakan instrumen penelitian kemudian analisis datanya bersifat kuantitatif atau statistik yang tujuannya adalah untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan sebelumnya (Sugiono, 2012:13). Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda.

B. Jenis dan sumber data

Jenis dan sumber data dalam penelitian ini adalah primer dan sekunder. Sumber data primer didapat penyebaran angket atau kuisisioner kepada para pedagang di pasar tersebut. Sumber data sekunder diperoleh dari literatur ataupun studi kepustakaan yang didapat dari penelitian terdahulu, buku-buku, jurnal, artikel, skripsi, tesis dan lain-lain yang tentunya

berhubungan dengan topik penelitian ini. Tujuan dari sumber data sekunder ini adalah untuk mengambil teori yang telah diterapkan dan digunakan sebagai alat bantu, sehingga diharapkan dapat membantu proses pengerjaan penelitian ini hingga selesai.

C. Teknik pengumpulan data

Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan sumber primer dan sekunder, sumber primer adalah sumber yang secara langsung memberikan data kepada pengumpul data sedangkan sumber sekunder adalah sumber yang tidak secara langsung memberikan data kepada pengumpul data (Sugiyono, 2012: 137). Adapun instrumen atau alat pengumpul data yang dimaksud adalah sebagai berikut:

1. Angket atau kuisioner

Adalah teknik pengumpulan data dengan cara memberi seperangkat pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2012: 199). Skala yang digunakan dalam pengukuran ini adalah skala likert yaitu dengan cara menghadapkan responden dengan berbagai pertanyaan mengenai keputusannya memilih produk dari lembaga keuangan. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi individu atau kelompok dalam suatu fenomena sosial. Variabel dalam skala likert akan diukur dan dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut digunakan sebagai titik tolak dalam menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan ataupun pertanyaan (Sugiyono, 2012:133).

Untuk pemberian skor analisis kuantitatif maka perntanyaannya dapat diberi skor misalnya sebagai berikut:

Tabel 3.1
Tabel skala likert

JAWABAN	BOBOT
Sangat setuju (SS)	4
Setuju (S)	3
Tidak setuju (TS)	2
Sangat tidak setuju (STS)	1

2. Wawancara

Wawancara adalah kegiatan bertanya langsung kepada responden, wawancara merupakan proses interaksi dan komunikasi. Dalam wawancara ini pertanyaan dipengaruhi oleh faktor arus informasi. Faktor-faktor tersebut adalah pewawancara, reponden, topik penelitian yang tertuang dalam pertanyaan dan situasi wawancara (Masri Singarimbun dan Sofian Effendi, 1987:192).

Wawancara yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara tidak terstruktur, yaitu wawancara yang pertanyaannya tidak disiapkan terlebih dahulu secara sistematis. Pertanyaan-pertanyaan yang diajukan hanyalah garis besar pertanyaan dari topik yang akan diteliti (Sugiyono, 2012:197).

Wawancara ini digunakan untuk mendapatkan informasi terkait penelitian yang pelaksanaannya dilalukan kepada pedagang Pasar Rejowinangun Kota Magelang.

D. Populasi dan sampel

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang mencakup obyek atau subyek yang mempunyai kualitas atau karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti yang kemudian akan ditarik kesimpulannya. Jadi populasi bukan hanya manusia tetapi bisa merupakan benda-benda dan hal-hal lain yang ada di alam. Populasi bukan juga hanya dilihat dari kuantitas atau jumlah dari suatu obyek dan subyek tersebut, tetapi populasi juga mewakili karakteristik dan sifat dari suatu obyek dan subyek (Sugiyono, 2012:80).

Populasi dari penelitian ini adalah sejumlah pedagang pasar di pasar Rejowinangun Kota Magelang.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut, bila populasi besar dan peneliti tidak mungkin untuk mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, waktu dan tenaga maka peneliti menggunakan sampel yang ada di dalam populasi itu. Apa yang ada dalam sampel itu kesimpulannya bisa diberlakukan untuk populasi (Sugiono, 2012: 81). Sampel dalam penelitian ini adalah sebagian dari seluruh pedagang yang ada di pasar Rejowinangun Kota Magelang.

E. Teknik sampling

Teknik sampling dalam penelitian ini menggunakan *nonprobability sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan

kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel.

Adapun penelitian ini menggunakan teknik sampling kuota, yaitu teknik penentuan sampel dari populasi yang mempunyai ciri-ciri tertentu sampai jumlah kuota yang diinginkan, dalam tehnik ini intinya adalah terpenuhinya jumlah kuota yang ditetapkan. Yang menjadi subyek adalah para pedagang di pasar Rejowinangun Magelang yang kemudian dijadikan sampel sebesar 100 responden. Menurut Rao Purba (1996) dalam penentuan sampel maka digunakan rumus sebagai berikut:

$$n = \frac{Z^2}{4 (\text{moe})^2}$$

$$n = \frac{1,96^2}{4 (0,01)^2}$$

$n = 96,04$, maka selanjutnya dibulatkan menjadi 100 responden.

Dimana:

n = jumlah sampel.

Moe = margin of error atau tingkat kesalahan yang dapat ditolelir.

z = nilai z dengan tingkat keyakinan yang dibutuhkan penentuan sampel persen. Pada = 5%, $z = 1,96$.

F. Kerangka berpikir

Kerangka berpikir digunakan untuk membantu penjelasan variabel dan indikator-indikator terkait penelitian dan disesuaikan dengan teori yang telah dipaparkan di atas, kerangka berfikir ini bisa juga digunakan untuk

definisi operasional variabel. Indikator-indikator tersebut menjelaskan penjabaran dari variabel dan sub-sub variabel terkait penelitian secara ringkas sehingga *point* dari indikator tersebut mudah dikembangkan menjadi kuesioner yang akan peneliti gunakan dalam mengambil data langsung dari responden, yang mana penjelasannya akan ditampilkan dalam bentuk kolom supaya mudah dipahami.

Tabel 3.2

Tabel kerangka teori X1

Variabel X1	Sub Variabel	Indikator
	1. <i>Product</i>	a. Produk membantu debitor b. Produk sesuai dengan kebutuhan
	2. <i>Promotion</i>	a. Promosi mendorong melakukan pembiayaan b. Mengajukan pembiayaan karena didatangi marketing c. Promosi yang dilakukan jelas
	3. <i>Price</i>	a. Biaya administrasi b. Besarnya bunga c. Jaminan ringan
Bauran pemasaran (X1)	4. <i>Place</i>	a. Jarak lembaga keuangan b. Lokasi lembaga keuangan
	5. <i>Proces</i>	a. Prosedur yang mudah b. Proses transaksi yang cepat c. Komunikasi yang baik dalam penyelesaian angsuran
	6. <i>People</i>	a. Karyawan yang ramah dan penuh

		etika b. Petugas pendukung yang sopan c. Kerja dengan profesional
	7. <i>Physical evidence</i>	a. Kondisi lingkungan kantor yang baik b. Fasilitas kantor yang lengkap c. Keadaan kantor yang nyaman

Tabel 3.3

Tabel kerangka teori X2

Variabel X2	Sub Variabel	Indikator
	1. kultur	a. lingkungan tempat tinggal b. lingkungan kerja
	2. Sub-kultur	a. Kelompok pengajian b. Lingkungan agamis
	3. Kelas sosial	a. Pengaruh pekerjaan b. Pengaruh pendapatan c. Pengaruh pendidikan
Sosial-budaya (X2)	4. kelompok	a. mengajukan pembiayaan yang sama dengan teman b. mengajukan pembiayaan karena kenal karyawannya
	5. keluarga	a. rekomendasi keluarga b. ingin sama dengan keluarga c. salah satu keluarga adalah karyawan
	6. peran dan status	a. mengajukan pembiayaan sesuai status sosial

		b. mengajukan pembiayaan sesuai kekayaan
	7. pribadi	a. mengajukan pembiayaan sesuai jabatan b. mengajukan pembiayaan sesuai gaya hidup

Tabel 3.4

Tabel kerangka teori X3

Variabel X3	Sub-Variabel	Indikator Variabel
	1. motivasi	a. mengajukan pembiayaan karena butuh dana b. mengajukan pembiayaan karena ingin maju
Psikologi X3	2. persepsi	a. merasakan kenyamanan b. merasa diperlakukan secara adil c. merasakan pelayanan yang baik
	4. proses belajar	a. mengajukan pembiayaan karena paham produk dan lembaganya b. mengajukan pembiayaan karena penasaran c. mengajukan pembiayaan

		karena tahu hukum akadnya
	5. kepercayaan dan sikap	<ul style="list-style-type: none"> a. memilih pembiayaan yang sesuai syariah b. memilih transaksi yang halal c. merasa bersalah ketika melakukan kegiatan riba

Tabel 3.5

Tabel kerangka teori Y

Variabel (Y)	Indikator Variabel
Keputusan Pedagang Dalam Memilih Produk Pembiayaan Di Lembaga Keuangan Syariah Dan Konvensional	<ul style="list-style-type: none"> a. lembaga keuangan sudah tepat menjadi pemberi modal dan sudah sesuai dengan kebutuhan b. puas terhadap pelayanan lembaga keuangan c. akan mengajukan pembiayaan lagi di lembaga keuangan tersebut jika butuh dana d. akan merekomendasikan lembaga keuangan tersebut kepada orang lain

G. Metode analisis data

Analisis data adalah kegiatan setelah data dari seluruh responden atau sumber data terkumpul. Keegiatannya yaitu mengelompokan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari

seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan hitungan untuk menjawab rumusan masalah, dan melakukan pengujian terhadap hipotesis yang telah diajukan (Sugiyono, 2012 : 147).

Teknik analisa data dalam penelitian ini menggunakan teknik kuantitatif, akan tetapi juga ditambah analisa kualitatif, hal tersebut dimaksudkan supaya hasil dari olah data kuantitatif dapat dipertajam sehingga lebih mudah dipahami.

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Jika instrumen dikatakan valid berarti menunjukkan alat ukur tersebut dapat dipergunakan untuk mendapatkan data itu valid atau dapat digunakan mengukur apa yang seharusnya diukur (Sugiyono. 2012: 137). Dengan demikian, instrumen yang valid merupakan instrumen yang benar-benar tepat untuk mengukur apa yang hendak diukur.

Uji validitas dilakukan dengan cara mengkorelasikan antara skor item dengan skor total item. Dalam penentuan layak atau tidaknya suatu item yang digunakan, selanjutnya dilakukan uji signifikansi koefisien korelasi pada taraf signifikansi 0,05, artinya suatu item dinyatakan valid jika berkorelasi signifikan terhadap skor totalnya. Untuk melakukan uji ini dapat menggunakan perangkat lunak dengan teknik analisis korelasi *bevirate person*. Kemudian kriteria pengujiannya adalah sebagai berikut:

- a. Jika r hitung lebih besar atau sama dengan r tabel maka instrumen atau item-item pertanyaan berkorelasi signifikan terhadap skor total, maka dinyatakan valid.
- b. Jika r hitung lebih kecil dari r tabel maka instrumen atau item-item pertanyaan tidak berkorelasi signifikan terhadap skor total, maka dinyatakan tidak valid (Wiyono, Gendro 112:113).

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur yang dapat dipercaya atau dapat diandalkan. Reliabilitas menunjukkan konsistensi hasil pengukuran. Suatu alat pengukur dikatakan konsisten apabila untuk mengukur sesuatu berulang kali menunjukkan hasil yang sama, dalam kondisi yang sama suatu kuisioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan yang konsisten atau stabil dari waktu ke waktu (Juliansyah Noor 2011 : 131). Dengan nilai signifikansi sebesar 0,05 artinya instrumen dinyatakan reliabel jika nilai alpha lebih besar dari r kritis *product moment* (Wiyono, Gendro 2011: 124)

3. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik digunakan untuk mengetahui apakah hasil analisis regresi linier berganda yang digunakan dalam penelitian ini terbebas dari penyimpangan asumsi klasik yang meliputi *ujinormalitas*, *multikolinearitas*, *heterosekdatisitas*, *autokorelasi*, dan *uji linieritas*.

Adapun penjabaran dari pengujian tersebut adalah sebagai berikut:

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah populasi data mempunyai distribusi yang normal atau tidak. Uji ini biasanya digunakan untuk mengukur data berskala ordinal, interval ataupun rasio. Jika analisis menggunakan metode parametrik, maka persyaratan normalitas harus terpenuhi, artinya data harus berdistribusi normal. Dalam pembahasan persoalan normalitas ini akan digunakan uji one sample Kolomogorof-Smirnov dengan menggunakan taraf signifikansi 0,05. Data dinyatakan berdistribusi normal apabila signifikansi lebih dari 0,05 atau 5% (Wiyono, Gendro 2011: 149).

Hipotesis:

Ho : model normal

Ha : model tidak normal

Bila probabilitas $r > 0,05$ berarti signifikan (Ho diterima).

Bila probabilitas $r < 0,05$ berarti tidak signifikan (Ho ditolak).

b. Uji Heterosekdasititas

Uji heterosekdasititas bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik heteroskedastisitas, yaitu adanya ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi. Pada pembahasan ini menggunakan uji glesjer, yaitu jika variabel independen signifikan secara statistik mempengaruhi variabel dependen maka ada indikasi terjadi

heteroskedastisitas, jika nilai probabilitas signifikasinya lebih dari 0,05/5% maka model regresi tidak terjadi tidak mengandung adanya heteroskedastisitas (Ghozali, Imam. 2011:143).

c. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik autokorelasi, yaitu korelasi yang terjadi antara residual pada satu pengamatan dengan pengamatan lain pada model regresi. Metode pengujiannya adalah dengan *Durbin-Waston* (uji DW) dengan ketentuan sebagai berikut:

- 1). Jika d lebih kecil dari dL atau lebih besar dari $(4-dL)$ maka hipotesis nol ditolak, yang berarti terdapat autokorelasi.
- 2). Jika d terletak antara dU dan $(4-dU)$ maka hipotesis nol diterima, yang berarti tidak ada autokorelasi.
- 3). Jika d terletak antara dL dan dU atau antara $(4-dU)$ dan $(4-dL)$ maka tidak menghasilkan kesimpulan yang pasti (Nazaruddin, Ietje dan Basuki Agus. 2015:104).

d. Uji Multikolinearitas

Multikolinieritas adalah adanya hubungan linier antara peubah bebas X dalam model regresi ganda. Jika linear antara peubah bebas X dalam model regresi ganda adalah korelasi sempurna maka peubah-peubah tersebut berkolinieritas ganda sempurna.

Pendeteksian multikolinieritas dapat dilihat melalui nilai variance inflation factor (VIF). Kriteria pengujiannya adalah apabila nilai $VIF < 10$ = tidak terjadi multikolinieritas, atau berlaku sebaliknya (Nazaruddin, Ietje dan Basuki Agus. 2015:105).

e. Uji Linieritas

Uji linieritas bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linier atau tidak secara signifikan. Uji ini digunakan sebagai prasyarat dalam analisis korelasi atau regresi linier. Pengujian pada SPSS dengan menggunakan Test For Linearity dengan taraf signifikansi 0,05. Dua variabel dikatakan mempunyai hubungan yang linear bila signifikansi (*linearity*) kurang dari 0,05 (Wiyono, Gendro. 2011:155).

4. Regresi Linier Berganda

Analisis regresi adalah salah satu teknik statistik yang dapat digunakan untuk menggambarkan hubungan antara dua peubah atau lebih untuk peubah kuantitatif. Sebuah persamaan regresi adalah sebuah formula yang menggambarkan hubungan dengan peubah atau lebih tersebut. Persamaan regresi juga dapat digunakan untuk meramalkan nilai suatu variabel (Ety Rochaety, 2009:135). Analisis ini dilakukan jika variabel independennya atau variabel X-nya minimal dua (Sugiyono, 2012:277)

Analisis yang akan peneliti gunakan ini adalah analisis regresi linier berganda yang tujuannya untuk menghitung besarnya pengaruh dua atau lebih variabel bebas terhadap satu variabel terikat dan memprediksi satu variabel terikat dengan menggunakan dua atau lebih variabel bebas (Ety Rochaety, 2009:142).

Variabel terikat dalam penelitian ini adalah keputusan dalam memilih produk di lembaga keuangan, sedangkan variabel bebasnya adalah faktor bauran pemasaran, kebudayaan dan faktor psikologis. Karena total variabel bebasnya ada tiga / lebih dari dua maka penggunaan analisis regresi bisa berlaku. Dengan total variabel bebas sebanyak tiga maka penelitian ini menggunakan rumus sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3.$$

Keterangan:

Y = keputusan memilih produk pembiayaan di lembaga keuangan

a = konstanta

b = koefisien regresi yang distandarisasikan untuk masing-masing X

X₁ = bauran pemasaran

X₂ = sosial-budaya

X₃ = psikologi

Melalui pengujian yang menggunakan SPSS maka diperoleh item-item yang signifikan atau valid mengukur variabel yang hendak diukur. Selanjutnya dilakukan olah data untuk memperoleh faktor scornya. Olah

data dilakukan dengan menggunakan software SPSS 16, dengan ketentuan tidak mengikut sertakan skor mentah dari item yang tereliminasi. Setelah proses memperoleh Z-score dilakukan, kemudian dilakukan analisis regresi berganda.

5. Uji Hipotesis

a. Uji f (serempak/simultan) untuk pengujian hipotesis pertama.

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah seluruh variabel bebasnya secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang bermakna terhadap variabel terikat. Pengujian ini dilakukan dengan membandingkan nilai f hitung dengan f tabel pada derajat kesalahan 0,05/5%. Apabila nilai f hitung \geq dari nilai f tabel maka berarti variabel bebasnya secara bersama-sama memberikan pengaruh yang bermakna terhadap variabel terikat atau hipotesis pertama sehingga dapat diterima.

b. Uji t (parsial) untuk pengujian hipotesis kedua

Uji ini dilakukan untuk mengetahui apakah pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat apakah bermakna atau tidak. Pengujian ini dilakukan dengan membandingkan nilai t hitung masing-masing variabel bebas dengan nilai t tabel pada derajat kesalahan 0,05/5%. Apabila nilai t hitung \geq dari nilai t tabel maka berarti variabel bebasnya memberikan pengaruh yang bermakna terhadap variabel terikat (Nazaruddin, Ietje dan Basuki, Agus. 2015 : 123).

c. Uji Koefisien Determinasi (Uji R^2)

Uji koefisien determinasi pada intinya mengukur besarnya kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi (R^2) adalah diantara nol dan satu. Jika nilai R^2 kecil maka kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen terbatas. Jika nilai R^2 mendekati satu berarti variabel independen dapat memberikan semua informasi yang diperlukan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Akan tetapi kelemahan mendasar menggunakan koefisien determinasi adalah bias terhadap jumlah variabel independen yang dimasukkan kedalam model. Maksudnya adalah setiap ditambahkan satu variabel maka R^2 meningkat tidak peduli apakah variabel tersebut berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen atau tidak.

Kemudian anjuran dari para peneliti untuk menggunakan nilai adjust R^2 . Karena adjust R^2 dapat naik atau turun apabila variabel independen ditambahkan kedalam model. Dalam kenyataan nilai adjusted R^2 dapat bernilai negatif walaupun yang dikehendaki harus bernilai positif. Jika dalam pengujian nilai adjusted R^2 bernilai negatif maka nilainya dianggap nol (Ghozali, Imam: 2011: 97).

